



PENGARUH RELIGIUSITAS, MEDIA SOSIAL, ETNOSENTRISME KONSUMEN, DAN SIKAP TERHADAP PERILAKU BOIKOT PRODUK TERAFILIASI ISRAEL PADA GENERASI Z

NADIRA SHAKILA ANJANI



**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA***

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul Pengaruh Religiusitas, Media Sosial, Etnosentrisme Konsumen, dan Sikap Terhadap Perilaku Boikot Produk Terafiliasi Israel pada Generasi Z adalah benar karya saya dengan arahan dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Nadira Shakila Anjani
NIM I2401211039

ABSTRACT

NADIRA SHAKILA ANJANI. The Influence of Religiosity, Social Media, Consumer Ethnocentrism, and Attitudes Towards Boycotting Israeli-Affiliated Products on Generation Z. Supervised by IRNI RAHMAYANI JOHAN.

This study analyzes the influence of religiosity, social media, consumer ethnocentrism, and attitude on the boycott behavior of products affiliated with Israel among Generation Z. A quantitative approach with a eksplanatory design was employed, utilizing an online survey involving 200 Muslim respondents aged 18–27 years, selected through voluntary sampling. The majority of respondents were students, unmarried, and classified as young adults. Boycott behavior was found to be in the high category. The results show that age is significantly negatively associated with religiosity, social media usage, and boycott behavior. Gender is significantly positively associated with religiosity, social media, and consumer ethnocentrism. Education and employment is significantly negatively related to religiosity and social media, while income is significantly negatively associated with religiosity, social media, and consumer ethnocentrism. Hypothesis testing confirmed that all proposed hypotheses were significant and accepted. These findings affirm that religiosity, social media, consumer ethnocentrism, and attitude are influential *factors* in the boycott behavior of Generation Z toward products affiliated with Israel. Therefore, to promote responsible consumption, it is essential to develop consumer education initiatives that foster ethical behavior and preference for domestic products.

Keywords: attitude, boycott behavior, consumer ethnocentrism, generation z, religiosity.

ABSTRAK

NADIRA SHAKILA ANJANI. Pengaruh Religiusitas, Media Sosial, Etnosentrisme Konsumen, dan Sikap Terhadap Perilaku Boikot Produk Terafiliasi Israel pada Generasi Z. Dibimbing oleh IRNI RAHMAYANI JOHAN.

Penelitian ini menganalisis pengaruh religiusitas, media sosial, etnosentrisme konsumen, dan sikap terhadap perilaku boikot produk terafiliasi Israel pada Generasi Z. Penelitian ini menggunakan model kuantitatif dengan desain eksplanatori melalui survei daring terhadap 200 responden Muslim berusia 18–27 tahun, dan dipilih dengan teknik *voluntary sampling*. Mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa, belum menikah, dan tergolong dewasa muda. Perilaku boikot berada pada kategori tinggi. Usia berhubungan negatif signifikan dengan religiusitas, media sosial, dan perilaku boikot. Jenis kelamin berhubungan positif signifikan dengan religiusitas, media sosial, dan etnosentrisme konsumen. Pendidikan dan pekerjaan berhubungan negatif signifikan dengan religiusitas dan media sosial, pendapatan berhubungan negatif signifikan dengan religiusitas, media sosial, dan etnosentrisme konsumen. Hasil uji pengaruh juga menunjukkan bahwa seluruh hipotesis signifikan dan diterima. Temuan ini menegaskan bahwa religiusitas, media sosial, etnosentrisme konsumen, dan sikap merupakan faktor yang memengaruhi perilaku boikot terhadap produk terafiliasi Israel pada Generasi Z. Oleh karena itu, untuk mendukung konsumsi bertanggung jawab, perlu dikembangkan edukasi konsumen yang membentuk perilaku etis dan preferensi terhadap produk dalam negeri.

Kata kunci: etnosentrisme konsumen, generasi z, perilaku boikot, religiusitas, sikap



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**PENGARUH RELIGIUSITAS, MEDIA SOSIAL, ETNOSENTRISME
KONSUMEN, DAN SIKAP TERHADAP PERILAKU BOIKOT PRODUK
TERAFILIASI ISRAEL PADA GENERASI Z**

NADIRA SHAKILA ANJANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1 Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A

2 Neti Hernawati, S.P., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, Media Sosial, Etnosentrisme Konsumen,
dan Sikap Terhadap Perilaku Boikot Produk Terafiliasi Israel
pada Generasi Z

Nama : Nadira Shakila Anjani
NIM : I2401211039

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Imi Rahmayani Johan, S.P., M.M.
NIP. 197802282006042000



Diketahui oleh

Ketua Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen
Dr. Tin Herawati, S.P., M.Si.
NIP. 197204282006042007



Tanggal Ujian:
01 Juli 2025

Tanggal Lulus: 18 JUL 2025

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Media Sosial, Etnosentrisme Konsumen, dan Sikap Terhadap Perilaku Boikot Produk Terafiliasi Israel pada Generasi Z.” Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan motivasi yang sangat berarti dalam penyelesaian proposal penelitian ini. Terima kasih juga kepada Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A selaku dosen pembimbing akademik, yang telah membimbing penulis selama masa perkuliahan, kemudian juga kepada Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si selaku dosen moderator kolokium, kepada Ibu Alfiasari, S.P., M.Si., selaku dosen moderator seminar hasil, serta Prof. Dr Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A sebagai dosen penguji satu dan ibu Neti Hernawati, S.P., M.Si sebagai dosen penguji dua sidang skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan penilaian, serta masukan berharga dalam penyempurnaan skripsi ini.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua, Bapak Suharno dan Ibu Eva Zulfa. Segala hal yang penulis tempuh kini, tidak terlepas dari peran keduanya. Hanya seuntai do'a yang dapat penulis berikan, *‘jazakumullah katsir’* "semoga Allah SWT membalas amal kebbaikannya dengan balasan yang berlipat ganda" Aamiin. Begitu pula kepada keluarga dan sanak saudara yang senantiasa memberikan dukungan dan doa. Kepada para sahabat—Dita, Dela, Elrica, Arina, dan *group* orangsibuk—terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan ini. Dengan kalian membuat segala hal terasa lebih ringan, dan setiap keraguan tak lagi menakutkan. Semoga persahabatan kita tetap terjaga, apa pun arah yang nanti kita tempuh.

Penulis juga berterima kasih dengan sepenuh hati kepada Wahdah Mutmainnah Sholeha, Dwi Andini, dan Dhia Adibah Senjaya—*pawon mates*—yang setia menemani perjalanan perkuliahan ini dengan semangat, dukungan, dan doa. Kehadiran kalian selalu menjadi jeda di tengah riuhnya perjalanan. Terima kasih juga kepada teman-teman KKN Karawang Mekarjati 2024—Reina Putu Harsya, Asyifa Hidayanti, Aisyah Rezki Nadiva, Hazrina Insania Utami, Ulwan Amani Syarifudin, dan Muhamad Farras Surya Dio Putra atau MekarMuda—yang mewarnai kehidupan perkuliahan penulis dengan kenangan yang tak terlupakan, semoga kenangan ini tak sekadar lewat, tetapi menetap, diam, dan selamanya.

Terima kasih juga kepada teman-teman sebimbingan—Vina, azahra, aca, vale, nadira, cut syifa—atas kerja sama dan bantuannya yang tak ternilai selama penyusunan skripsi ini. Kepada Samakta Agrikasia—IKK 58 yang selalu memberikan dukungan selama masa perkuliahan dan menjadi tempat bertumbuh selama masa perkuliahan. Terimakasih kepada seluruh dosen, staf, dan keluarga besar Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen di Institut Pertanian Bogor, yang telah mendidik dan memfasilitasi mahasiswa selama menuntut ilmu di kampus tercinta.

Terakhir, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Nadira Shakila Anjani, karena tidak menyerah dan selalu berusaha untuk mengusahakan yang terbaik dalam keadaan apapun. Terima kasih karena telah mau dan mampu berjuang dalam menghadapi segala kesulitan serta melalui proses panjangnya pendidikan. Terima kasih karena sudah bertahan dengan segala perjuangan, air mata, dan ketidakpastian. Terima kasih untuk selalu bertahan sekalipun keadaan tidak sedang berpihak. *It was a long journey, but you made it to finish the line.*

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran yang bersifat membangun dari para pembaca untuk memperbaiki dan menyempurnakan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi informasi yang berguna bagi pembaca.

Bogor, Juli 2025

Nadira Shakila Anjani





DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Teori Pengambilan Keputusan	Error! Bookmark not defined.
2.2 Religiusitas	Error! Bookmark not defined.
2.3 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.4 Etnosentrisme konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.5 Sikap	Error! Bookmark not defined.
2.6 Perilaku Boikot	Error! Bookmark not defined.
2.7 Generasi Z	Error! Bookmark not defined.
2.8 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.8.1 Pengaruh religiusitas terhadap sikap konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.8.2 Pengaruh media sosial terhadap sikap konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.8.3 Pengaruh etnosentrisme konsumen terhadap sikap konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.8.4 Pengaruh religiusitas terhadap perilaku boikot konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.8.5 Pengaruh media sosial terhadap perilaku boikot	Error! Bookmark not defined.
2.8.6 Pengaruh sikap konsumen terhadap perilaku boikot	Error! Bookmark not defined.
2.8.7 Pengaruh etnosentrisme konsumen terhadap perilaku boikot	Error! Bookmark not defined.
Keterangan:	Error! Bookmark not defined.
III METODE	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Teknik Penarikan Contoh	Error! Bookmark not defined.

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Variabel dan Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
3.5 Pengolahan Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Uji Korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Analisis Structural Equation Modelling (SEM)-PLS	Error! Bookmark not defined.
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1. Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2 Deskripsi Indikator Variabel	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Religiusitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Etnosentrisme Konsumen	Error! Bookmark not defined.
4.2.5 Sikap	Error! Bookmark not defined.
4.2.6 Perilaku Boikot	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hubungan antara Karakteristik Responden dengan Religiusitas, Media Sosial, Etnosentrisme Konsumen, Sikap, dan Perilaku Boikot	Error! Bookmark not defined.
4.4 Pengaruh religiusitas, media sosial, etnosentrisme konsumen, dan sikap terhadap perilaku boikot produk terafiliasi Israel	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Model Awal SEM-PLS	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.4 Evaluasi Pengukuran Model	Error! Bookmark not defined.
4.5 Kontribusi Indikator terhadap Variabel	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Kontribusi Indikator terhadap Variabel Religiusitas	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Kontribusi Indikator terhadap Variabel Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
4.5.3 Kontribusi Indikator terhadap Variabel Etnosentrisme Konsumen	Error! Bookmark not defined.
4.5.4 Kontribusi Indikator terhadap Variabel Sikap	Error! Bookmark not defined.
4.5.5 Kontribusi Indikator terhadap Variabel Perilaku boikot	Error! Bookmark not defined.
4.6 Analisis faktor-faktor yang memengaruhi Perilaku boikot	Error! Bookmark not defined.
4.7 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.

4.8 Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
V SIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

1	Variabel dan Definisi Operasional	18
2	Variabel, skala data, dan kategori data	19
3	Tujuan dan analisis penelitian	20
4	Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan domisili responden	24
5	Sebaran responden berdasarkan status pernikahan, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan/uang saku perbulan.	25
6	Sebaran jawaban dan rata-rata skor variabel religiusitas	26
7	Sebaran jawaban dan rata-rata skor variabel religiusitas	27
8	Sebaran responden berdasarkan kategori media sosial	28
9	Sebaran jawaban dan rata-rata skor variabel media sosial	28
10	Sebaran responden berdasarkan kategori etnosentrismtae konsumen	29
11	Sebaran jawaban dan rata-rata skor variabel etnosentrisme konsumen	29
12	Sebaran responden berdasarkan kategori sikap	30
13	Sebaran jawaban dan rata-rata skor variabel sikap	30
14	Sebaran responden berdasarkan kategori perilaku boikot	31
15	Sebaran jawaban dan rata-rata skor variabel perilaku boikot	32
16	Hubungan karakteristik responden terhadap variabel laten	33
17	Nilai <i>cronbach alpha</i> , <i>composite reliability</i> , dan <i>Average variance extracted</i>	37
18	Nilai <i>R Square</i>	37
19	Kontribusi indikator terhadap variabel religiusitas	38
20	Kontribusi indikator terhadap variabel media sosial	39
21	Kontribusi indikator terhadap variabel etnosentrisme konsumen	39
22	Kontribusi indikator terhadap variabel sikap	40

23	Kontribusi indikator terhadap variabel perilaku boikot	41
24	Hasil uji pengaruh langsung terhadap setiap variabel	42
25	Hasil uji estimasi pengaruh tidak langsung	43

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka penelitian	16
2	Model SEM-PLS	23
3	Model awal dan hasil analisis koefisien korelasi	35
4	Model akhir dan nilai <i>factor loading</i>	36

DAFTAR LAMPIRAN

1	Nilai keseluruhan <i>factor loading</i> religiusitas	61
2	Nilai keseluruhan <i>factor loading</i> media sosial	61
3	Nilai keseluruhan <i>factor loading</i> etnosentrisme konsumen	61
4	Nilai keseluruhan <i>factor loading</i> sikap	62
5	Nilai keseluruhan <i>factor loading</i> perilaku boikot	62





@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.